

**Белорусский государственный университет
Факультет международных отношений**

Кафедра международных экономических отношений

Реферат дипломной работы

**«Маркетинговые стратегии консалтинговых компаний при
выходе на зарубежные рынки»**

Кирильчик Валерия Павловна,

руководитель Климович Людмила Александровна

2015

РЕФЕРАТ

Кирильчик Валерия Павловна

«Маркетинговые стратегии консалтинговых компаний при выходе на зарубежные рынки»

Дипломная работа: 94 с., 24 рис., 18 табл., 74 источника, 1 прил.

Ключевые слова:МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ, ОРГАНИЧЕСКИЙ РОСТ, ГЛОБАЛЬНАЯ СТРАТЕГИЯ МАРКЕТИНГА, ЭФФЕКТИВНОСТЬ СТРАТЕГИИ, КОНСАЛТИНГОВАЯ КОМПАНИЯ, МАРКЕТИНГ КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ.

Объект исследования– маркетинговые стратегии.

Предмет исследования – маркетинговые стратегии консалтинговых компаний.

Цель исследования – исследование маркетинговых стратегий, используемых консалтинговыми компаниями при выходе на зарубежные рынки, их сравнение и оценка эффективности.

Методы исследования: сравнительный анализ и синтез, дедукция, логически-исторический подход, метод моделирования.

Полученные результаты и их новизна: выработана комплексная модель выхода консалтинговых компаний на зарубежные рынки, основанная на анализе стратегий международного маркетинга и стратегий международных компаний.

Область возможного практического применения: выявление возможных направлений усовершенствования работы на внешних рынках белорусских компаний в сфере услуг (консалтинга).

Автор работы подтверждает, что приведенный в ней расчетно-аналитический материал правильно и объективно отражает состояние исследуемого процесса, а все заимствованные из литературных и других источников теоритические, методологические и методические положения и концепции сопровождаются ссылками на их авторов.

РЭФЕРАТ

Кірыльчык Валерыя Паўлаўна

«Маркетинговые стратегии кансалтинговых компаний при выходе на заемные рынки»

Дипломная работа: 94 стар., 24 мал., 18 табл., 74крыніц, 1 дадатак.

Ключавыя словы: МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГІЯ, АРГАНІЧНЫ РОСТ, ГЛАБАЛЬНАЯ СТРАТЕГІЯ МАРКЕТИНГА, ЭФФЕКТЫЎНАСЦЬ СТРАТЕГІІ, КАНСАЛТЫНГОВАЯ КАМПАНІЯ, МАРКЕТИНГ КАНСАЛТЫНГОВЫХ ПАСЛУГ.

Аб’ект даследавання – маркетинговые стратегии.

Прадмет даследавання – маркетинговые стратегии кансалтинговых компаний.

Мэтад даследавання – даследаванне маркетинговых стратегій кансалтинговых компаний пры выйсці на заемные рынки, іх параўнанне і ацэнка эфектыўнасці.

Метады даследавання: параўнальны аналіз і сінтэз, дэдукцыя, лагічна-гістарычны падыход, метады мадэлявання.

Атрыманыя вынікі іх навуковая навізна: выпрацавана комплексная мадэль выйсця кансалтинговых компаний на заемные рынки, заснаваная на аналізе стратегій міжнароднага маркетингу і стратегій міжнародных компаний.

Вобласць магчымага практычнага ўжывання: выяўленне магчымых кірункаў удасканалення працы на замежных рынках беларускіх компаний у сферы паслуг (кансалтыngu).

Аўтар працы пацвярджае, што прыведзены ў ёй разлікова-аналітычны матэрыял правільна і аб’ектыўна адлюстроўвае стан працэсу даследавання, а ўсе запазычаныя з літаратурных і іншых крыніц тэарэтычныя, метадалагічныя і метадычныя палажэнні і канцэпцыі суправаджаюцца спасылкамі на іх аўтараў.

SUMMARY

Kirylchyk Valeryia Paulauna

«Marketing entry strategies of consuting companies for foreign markets»

Degree paper: 94 p., 24 fig., 18 tab., 74sources, 1 encl.

Keywords: MARKETING STRATEGY, ORGANIC GROWTH, GLOBAL MARKETING STRATEGY, STRATEGY EFFECTIVENESS, CONSULTING COMPANY, MARKETING OF COUNSULTING SERVICES.

Research Object – marketing strategies.

Research Subject – marketing strategies of consulting companies.

Research Objective – there search of marketing strategies of consulting companies for foreign market entry, the comparison of the strategies used and their efficiency assessment.

Research Methods: comparative analysis and synthesis, deduction, logical-historical approach and a method of modeling .

The results of there search and its novelty: a complex model is developed for market in gentry strategies of consulting companies, which is based on international marketing strategies and international companies analysis.

The area of possible practical application: identification of possible are as of improvement of performance on foreign markets for Belarusian companies in the services sector (consulting).

The author of the degree paper confirms that analytical and calculated material of the research reflects the state of the process studied correctly and objectively, and all theoretical, methodological and methodical statements and concepts borrowed from literature and other sources are accompanied by references to their authors.